



AI時代の営業人材戦略レポート - AIと人間の最適 分業モデル | Leadsia Inc.

2026-02-18

Leadsia Inc.

AI時代に生き残る営業マンの条件 - 架電はAIに、商談は人間に

カテゴリー：運用・活用ノウハウ

「AIに仕事を奪われるんじゃないか」

AI営業ツールの導入を検討している企業で、営業チームからまず出る声がこれです。

2025年8月、OpenAIのCEOサム・アルトマン氏は異例の謝罪を行いました。最新モデルGPT-5に対して「対応が冷たい」「共感が下がった」とユーザーから批判が殺到したためです。結果、前モデルのGPT-4oを有料ユーザー向けに復活させるという異例の対応に追い込まれました。

この出来事は、AIの「できること」と「できないこと」の境界線を明確に示しています。AIは情報処理と効率化が得意。しかし、共感・信頼構築・感情の機微の理解は、依然として人間が圧倒的に優れている。

AI営業電話の導入は、営業マンの仕事を「奪う」のではなく「変える」ものです。本記事では、AI時代に営業マンに求められる役割の変化と、変化にどう適応すべきかを解説します。

営業マンの1日を分解する - 「本当の営業」は何時間？

まず、営業マンが実際に何に時間を使っているかを分解してみましょう。

一般的なBtoB営業マンの1日8時間を大まかに分類すると、こうなります。

架電・アポ取りに2〜3時間。移動に1〜2時間。CRM入力・報告書作成に1〜1.5時間。メール対応・社内調整に1時間。そして商談・提案・クロージングは、1日のうちわずか1〜2時間です。

つまり、営業マンが「営業の本質」 - 顧客の課題を理解し、信頼を構築し、最適な提案をする - に使っている時間は、1日の15〜25%にすぎないのです。

残りの75〜85%は、AIが代替可能な定型業務です。

AIが得意なこと、人間が得意なこと

AIが人間を上回る領域

大量処理。人間の営業マンが1日50~80件の架電をこなすのに対し、AI営業エージェントは発信数に上限がなく、24時間365日稼働できます。

一貫した品質。人間は月曜の朝と金曜の夕方パフォーマンスが変わります。前の電話でクレームを受けた後はトーンが暗くなる。AIは100件目の電話でも1件目と同じ品質を維持します。

データ分析と改善。どのトークスクリプトが効果的か、どの時間帯にアポイント獲得率が高いかを、AIはリアルタイムでデータ分析し自動改善します。人間の「勘と経験」に頼るよりも、はるかに速く最適解にたどり着きます。

恐れがない。多くの営業マンにとって、断られることへの恐怖は大きなストレスです。AIにはこの心理的障壁がありません。

人間がAIを上回る領域

共感と信頼構築。「御社のその課題、私も前職で同じ経験をしました」 - この一言の重みは、AIには再現できません。GPT-5の「冷たい」問題が示すように、AIが「共感のふり」をしても、人間はそれを見抜きます。

複雑な交渉。複数の利害関係者が絡む大型案件の交渉、値引きと追加サービスの組み合わせ、政治的な社内調整 - これらは文脈と人間関係の深い理解を必要とします。

直感と創造性。「この顧客は論理より感情で動くタイプだ」「この場面では沈黙したほうが効果的だ」 - ベテラン営業マンが持つ「読み」は、現時点のAIでは再現困難です。

長期的な人間関係。「あの営業マンだから取引を続けている」「人として信頼できるから紹介する」 - ビジネスにおける人間関係の価値は、AIでは代替できません。

「架電はAI、商談は人間」 - 新しい分業モデル

AIと人間の得意領域を踏まえると、最適な分業モデルは明確です。

AI (ALICE) が担当する業務：

リスト作成、トークスクリプト生成、架電、アポイント獲得、初回コンタクト、フォローアップ架電、通話データの分析、ABテストによるスクリプト改善

人間の営業マンが担当する業務：

商談、提案設計、関係構築、交渉、クロージング、VIP顧客対応、紹介獲得、戦略立案

この分業が実現すると、営業マンの1日はこう変わります。

従来：架電2〜3時間+移動1〜2時間+事務1〜1.5時間+メール1時間+商談1〜2時間

AIファースト後：AIが設定した商談が1日4〜6件。移動の合間にAIのデータレポートを確認し、次の商談の戦略を練る。

営業マンの「営業の本質」に使える時間が、15〜25%から70〜80%に激増します。

「AIに仕事を奪われる」のではなく「つまらない仕事から解放される」

ここで、営業チームへの説明の仕方を提案します。

AI導入に対する営業マンの不安は、多くの場合「知らないこと」から来ています。何が変わり、何が変わらないかが明確になれば、不安は大幅に軽減されます。

伝えるべきメッセージ：

「あなたの仕事は、1日100件の電話をかけることですか？違いますよね。顧客の課題を理解し、最適な提案をして、信頼を勝ち取ること。それがあなたの本当の仕事です。でも今、その仕事に使える時間は1日の2割もない。AIは、残り8割の定型業務を引き受けます。あなたは、あなたにしかできない仕事に集中してください。」

BCGの調査によると、日本企業の17%がAI導入に伴い役割の見直しを実施しています。人員を「削減」したのは7%。むしろ、8%はAI運用のためのスキル不足に対応して人員を「増員」しています。

AIの導入は、多くの場合「人が減る」のではなく「人の役割が変わる」結果になっています。

AI時代に価値が上がる営業スキル

では、AI時代に営業マンが磨くべきスキルは何か。

ヒアリング力

AIが設定したアポイントに人間が出向く。最初の5分で顧客の本当の課題を引き出せるかどうか、成約を分けます。AIは「会話」は得意ですが、「心の奥にある本当のニーズ」を引き出すのは人間の仕事です。

提案設計力

顧客の課題を理解した上で、自社のサービスをどう組み合わせるかを提案する。この「設計」は創造的な仕事であり、AIが定型的に処理できる範囲を超えています。

関係構築力

デジタル時代だからこそ、「人として信頼できるか」の価値は上がります。AIが大量のアポイントを設定してくれる分、1件1件の商談における「人間の品質」がより問われるようになります。

データリテラシー

AIが生成するデータ（通話分析、成功パターン、顧客インサイト）を読み解き、次の商談戦略に活かす能力。データを「見るだけ」ではなく「使いこなす」力が求められます。

まとめ：最強の営業チーム=AI+人間

AI時代の営業マンは、「AIと競争する」のではなく「AIと協業する」存在です。

架電はAIに。商談は人間に。この分業は、営業マンにとって脅威ではなく、むしろ解放です。1日の大半を占めていた「つまらいけど必要な作業」から解放され、「やりたかった本当の営業」に集中できる。

最強の営業チームは、AIだけでもなく、人間だけでもなく、AIと人間が最適に分業するチームです。

LeadsiaのAI営業インテリジェンス「ALICE」は、この「最適な分業」を実現するために設計されています。AIが架電→アポ獲得→改善を自律的に回し、人間の営業マンは商談とクロージングに集中する。導入は最短3分、月額29,800円～。

AIを「敵」ではなく「最強のチームメイト」にする。それが、AI時代に生き残る営業チームの条件です。

関連記事

- AIファーストマネジメント入門 | 経営者が知るべき新しい組織運営術
- AIエージェントの時代が来た - Agentic AIとは何か
- ゼロタッチ運用とは？人間の作業時間を限りなくゼロにする設計思想
- BPO vs AI自動化 | コスト・品質・効率性を徹底比較検証

Leadsiaは、AI営業インテリジェンス「ALICE」、AI音声インテリジェンス「SOPHIA」、AI業務インテリジェンス「LYDIA」を通じて、日本のB2B企業の営業DXを支援するセールステックSaaS企業です。各AIエージェントの頭脳にはAnthropicのClaudeを採用し、Constitutional AI（憲法AI）に裏打ちされた安全性と会話品質を両立した営業自動化を実現しています。

詳しくは[Leadsia公式サイト]をご覧ください。